

## Primer Coloquio Argentino de Estudios sobre el Libro y la Edición



### HACIA LA GRAN MASA DE PÚBLICO: VANGUARDIA Y EDICIÓN DE LIBROS EN LOS AÑOS VEINTE

SYLVIA SAÍTTA

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES/CONICET

Esta ponencia es una aproximación muy preliminar a la edición de libros en uno de los grandes momentos inaugurales de la renovación estética en Argentina como es la década del veinte. Como ya se ha estudiado, y con diversas perspectivas de análisis, tanto la renovación estética de los poetas y escritores de las revistas *Inicial*, *Proa* o *Martín Fierro*, como la ampliación de los referentes literarios e ideológicos por parte de los de Boedo en *Los Pensadores*, *Claridad* o *Nueva Izquierda* son, sin lugar a dudas, las primeras apuestas de construcción de una literatura nacional y de un campo literario argentino en el siglo veinte.

En la mayoría de los estudios sobre el período se menciona, se analiza o se subraya que fue principalmente la rive gauche, el ala izquierda del campo cultural argentino, el que desempeñó un rol preponderante en la edición de libros baratos, destinados a los lectores populares que socialistas y anarquistas buscaban interpelar política y culturalmente a través de la edición de libros que se sumaban a las revistas, las obras de arte y el teatro. En este sentido, la historiografía y la historia cultural estudiaron el importantísimo rol que jugó Antonio Zamora como director de revistas culturales y, sobre todo, como editor. El destinatario deseado y el objetivo estaban claros: se trataba de proporcionarles a los sectores populares el acceso económico a una biblioteca integrada por una selección de textos históricos, políticos o de ficción considerados clave en la formación de una cultura de izquierda.<sup>1</sup>

Si los títulos a publicar eran elegidos de acuerdo a principios ideológicos y culturales, también estaba claro quiénes eran los principales competidores a la hora de capturar el interés de los sectores populares: esos libros y folletos también baratos, pero bastante más difundidos, que ofrecían las diferentes colecciones que circulaban desde 1917 en tiradas masivas. La Novela Semanal, El Cuento Ilustrado, La Novela de la Juventud, La

---

<sup>1</sup> cf. Sarlo (1988); Montaldo (1989); y Candiano y Peralta (2007).



Novela Porteña, entre tantas otras, ofrecían aventuras, relatos policiales, historias de amor, en un formato de fácil acceso para un público poco habituado a las librerías porque se compraban en los kioscos o a los vendedores de diarios, por unos cuantos centavos.<sup>2</sup>

Dos circuitos de los libros, entonces, que se sumaron a las grandes empresas editoriales y comerciales de las primeras décadas del siglo como la Biblioteca de La Nación, que entre 1901 y 1920 editó 875 títulos; La Cultura Argentina, dirigida por José Ingenieros e impresa por Lorenzo Rosso entre 1915 y 1925, y que editó 132 títulos; la Biblioteca Argentina, de Ricardo Rojas, que en sus dos períodos (1915-1919 y 1927-1928), editó un total de 29 libros.<sup>3</sup> Y a las que pronto se agregaron los ejemplares de tres de los editores más importantes de la década del veinte: Juan Torrendell (editorial Tor, a partir de 1916), Samuel Glusberg (BABEL, entre 1922 y 1932) y Manuel Gleizer, quien editó, a partir de 1922, muchos de los libros de la vanguardia (*El idioma de los argentinos*, de Jorge Luis Borges; *El violín del diablo*, de Raúl González Tuñón; *El gato escaldado*, de Nicolás Olivari, entre otros), y que en 1929 imprimió el único número de la revista *Libra*, dirigida por Leopoldo Marechal y Francisco Luis Bernárdez.

En este marco editorial, este trabajo analiza algunas de las estrategias de edición de la vanguardia literaria argentina en los años veinte, con la hipótesis de que se trató de un proyecto tensionado entre la construcción programática de un lector ampliado y la renovación estética de la literatura nacional a través de políticas culturales y editoriales de masas.

El surgimiento de las vanguardias en Buenos Aires se recorta sobre dos procesos simultáneos: la consolidación de la industria cultural –y por lo tanto, de la expansión del público, los editores y las editoriales–, y el afianzamiento de la figura del escritor profesional.<sup>4</sup> En más de un trabajo, se citan las primeras frases del manifiesto del periódico *Martín Fierro* dirigidas a “la impermeabilidad hipopotámica del honorable público”, y el espanto de Evar Méndez cuando afirma que las ediciones populares de los poemas de Rubén Darío son leídas por “las milonguitas del barrio de Boedo y Chiclana,

---

2 cf. Sarlo (1985) y Pierini (2004).

3 Para el estudio de las empresas editoriales de las dos primeras décadas del siglo veinte, véase Degiovanni (2007); Merbilhaá (2010); y Patricia Willson (2004).

4 cf. Gilman (1989); Sarlo, (1983); y García Haymes (2011).



los malevos y los verduleros en las pringosas ‘pizzerías’ locales”,<sup>5</sup> para ilustrar el horizonte de lectores que imagina el periódico.

Y en efecto, el manifiesto de *Martín Fierro* –con el que irrumpe en Buenos Aires una forma de confrontación diferente entre las revistas culturales: una literatura de combate (Mangone y Warley 1994), que se construye a partir de una necesidad de intervención artística y de lucha pública– busca, entre otras cosas, marcar una división muy clara tanto entre quienes participan o no de la publicación, como también entre los que la leen. Busca, a su vez, posicionar al periódico como un grupo de choque contrario a las nociones convencionales del arte y sus presupuestos estéticos, refractario al público y a las instituciones (Poggioli 1964). En este sentido, su director, Evar Méndez, reitera esta idea toda vez que describe su actividad como el responsable de esta empresa cultural:

Aproveché cuanta oportunidad tuve para mantener vivo el entusiasmo por esta obra de renovación literaria en que estamos empeñados, en reuniones, tertulias, comidas, discursos, conferencias, librando siempre la batalla por los nuevos valores, con lo cual hemos visto abrirse las puertas de La Nación, las de El Orden, de Tucumán, y otros diarios y revistas, a la juventud que llega. Hay siempre resistencias, y los que ocupan las posiciones las defienden (1926).

Como afirma Martín Greco en un trabajo todavía inédito sobre el archivo de Evar Méndez,<sup>6</sup> “ocupar posiciones” es parte de un programa de acción militante: “había que combatir y destruir, dar el ejemplo y construir” (Méndez 1945). Los términos son los de la guerra. Se plantean la estrategia y las tácticas; el objetivo: “Estamos librando una batalla en artes plásticas, en música, en literatura, y tenemos vigorosos y bien situados enemigos”, y los medios para conseguirlo: “Yo y mis compañeros empleamos diversas

---

5 “Indefectiblemente se llega a las multitudes, fatalmente la plebe iletrada se adueña del tesoro mental y rítmico que no se halló en Golcondas, Balsoras y Eldorados para ella. (...) Rubén Darío, querido maestro: sufriste ya en vida tu martirio por el rodar de tu 'Margarita' y la Princesa de tu 'Sonatina' en la crápula de todas las recitaciones; padeces ahora, desde tu sitio a la diestra del Padre, por el envilecimiento de 'Era un aire suave', de tu 'Palimpsesto', de tu 'Coloquio de los Centauros', de todos los poemas de tu libro delicioso y predilecto, que las Milonguitas del barrio de Boedo y Chiclana, los malevos y los verduleros en las pringosas 'pizzerías' locales recitarán, acaso, en sus fábricas o cabarets, en el pescante de sus carretelas y en las sobremesas rociadas con 'Barbera'. Pero si sólo, como has dicho, 'la forma es lo que primeramente toca a las muchedumbres', tal vez permanezca oculta para ellos la sonrisa de luz de tu gracia, y el sentido con que el Centauro maestro de dioses y héroes, Quirón, se expresa sobre los misterios de la Vida y la Muerte. Cosa que sólo saben los dioses y los poetas” (Méndez 1924).

6 Martín Greco, “Evar Méndez y la figura del director de una publicación cultural”, Buenos Aires, 2009, mimeo.



armas que van del epigrama al ataque directo, la burla y la polémica. Y ello es cuestión de circunstancias y empuje de la reacción que suele producirnos el ataque contrario”.<sup>7</sup>

Parte importante de esta batalla es la creación de las editoriales de la vanguardia: la Sociedad Editorial Proa y la Editorial Martín Fierro. La Sociedad Editorial Proa se funda en mayo de 1924, tres meses después del primer número del periódico *Martín Fierro*; la Editorial Martín Fierro, en septiembre de ese mismo año.

En la revista *Proa*, en abril de 1925, y un mes después, en el periódico *Martín Fierro*, se presenta la Sociedad Editorial Proa en avisos publicitarios que anuncian el lanzamiento de los primeros volúmenes en ediciones de 500 a 1000 ejemplares, y el nombre de sus fundadores y miembros del comité de lectura: Oliverio Girondo, Ricardo Güiraldes, René Zapata Quesada. La dirección técnica es de Sandro Piantanida, y Evar Méndez el director.

En la Editorial Proa, Evar Méndez edita la primera edición de *Don Segundo Sombra* (1926) de Ricardo Güiraldes, “en forma publicitaria que jamás se había intentado en Buenos Aires (...) colaborando en su éxito fulminante”,<sup>8</sup> *Inquisiciones*, *Luna de enfrente* y *El tamaño de mi esperanza*, de Jorge Luis Borges; *Alcándara*, de Francisco Luis Bernárdez; *El puñal de Orión*, de Sergio Piñero (h.); *La voz de la vida*, de Norah Lange; *El imaginero* y *Panegírico a Nuestra Señora de Luján*, de Ricardo E. Molinari; *Sketches*, de Leopoldo Hurtado; *Mapamundi* de Andrés L. Caro; *Calle apartada*, de María de Villarino; *El rumbo de la rosa*, de Norah Lange; *Espantapájaros*, de Oliverio Girondo.

En octubre de 1926, *Martín Fierro* publica un balance de la editorial, a la que considera un “organismo totalmente autónomo, independiente del periódico” pero vinculado “íntimamente, al núcleo que le presta vida” porque su creación se impuso “como una lógica prolongación de la intensa actividad intelectual” promovida. Dos andariveles, entonces: por un lado, la editorial, que “registra en el libro” la producción de la vanguardia; por otro, el periódico, cuya misión es “constituir el ambiente artístico”, “difundir y suscitar la aparición de valores nuevos” y, precisamente, formar al público “capaz de apreciar la producción” de la editorial. La nota describe el “contrato-estatuto”

7 Carta inédita de Evar Méndez a Victoria Ocampo, 9 de enero de 1927; epistolario Victoria Ocampo, Academia Argentina de Letras. Citada en Martín Greco, op. cit.

8 Evar Méndez, *Tragedia del autor: La errata* (1952), citado en García (2010: 155).



que establece el pago de derechos de autor y el registro del libro como propiedad del autor (y no del editor); enuncia los objetivos de la editorial –“abaratar el libro nacional, revolucionando el mercado al lanzar a la plaza ediciones al menor precio posible, de un tipo de libro especialmente estudiado, con carácter propio, de primera calidad como papeles, tipografía, impresión, estilo y, en las mejores condiciones de presentación por medio de prospectos críticos, fajas anunciadoras, carteles de propaganda, organización de exposición en vitrinas de librerías, garantizando de tal modo una excelente difusión, beneficiosa para autor, librero y editor”–; y muestra sus primeros resultados:

Los siete libros impresos por la Editorial Proa han obtenido gran éxito literario y casi todos están agotados. Marca el punto álgido la obra de Ricardo Güiraldes, excelente negocio de librería, el más seguro y sólido del momento, como que ya está colocada la segunda edición de cinco mil ejemplares (y se prepara una tercera), antes de ponerse a la venta.<sup>9</sup>

También en 1924, Evar Méndez funda la editorial Martín Fierro, “destinada a circular volúmenes de largo tiraje a reducido precio”,<sup>10</sup> que publica sólo tres libros: en 1925, la segunda edición de *Veinte poemas para ser leídos en el tranvía* de Girondo (la primera se había publicado en París en 1922): una “edición tranviaria a veinte centavos” –de papel rústico e ilustraciones en blanco y negro– que le dio al libro una amplia difusión porque se vendió en kioscos y puestos de diarios;<sup>11</sup> en 1926, *La musa de la mala pata* de Nicolás Olivari, y *La guitarra de los negros* de Ildefonso Pereda Valdés.

La Editorial Proa también publica la colección de los Cuadernos del Plata, en la que Evar Méndez comparte la responsabilidad con Alfonso Reyes, entonces embajador de México en Argentina. Reyes había diseñado esta colección a finales de 1927, para publicar libros de autores jóvenes argentinos, y también mexicanos o hispanoamericanos, que sería sostenida económicamente por Evar Méndez: “con Evar Méndez –escribe Reyes– convine en principio la publicación de mis Cuadernos del Plata que haré en lo literario, y él en lo editorial, costeadando las impresiones en Colombo (el de Güiraldes)” (García 2010: 107).

9 “Editoriales Proa y Martín Fierro” *Martín Fierro*, n° 34, 5 de octubre de 1926.

10 “Editoriales Proa y Martín Fierro” *Martín Fierro*, n° 34, 5 de octubre de 1926.

11 En un aviso publicitario de la Editorial Martín Fierro dice: “Pida a todos los diareros, kioscos y puestos de venta: *Veinte poemas para ser leídos en el tranvía* de Oliverio Girondo, a \$ 0,20 centavos. Edición tranviaria” (*Martín Fierro*, n° 25, 14 de noviembre de 1925).



El 30 enero de 1929 comenzaron las reuniones del comité directivo de la serie Cuadernos del Plata, integrado por Evar Méndez, Xul Solar, Borges y Molinari, siendo su director Alfonso Reyes, aunque ya a mediados de 1928, Reyes se desentiende de su dirección porque, como escribe en su diario, era Evar Méndez, y no él, quien tomaba las decisiones:

Evar Méndez y no yo es quien dirige los Cuadernos del Plata. Tal es el error de contar con editores literatos. Él es quien paga, y no seré yo quien me oponga a sus planes. Me corre prisa de acabar con los primeros cuadernos, para desligarme del todo de este compromiso. Estamos muy lejos. No estamos de acuerdo siquiera en el uso de las palabras. Los muchachos argentinos están llenos de prejuicios pro y contra de las cosas, independientemente de su valor literario.<sup>12</sup>

Este malentendido aumenta con la edición de los libros: en sus cartas, Alfonso Reyes exhibe la trastienda de la edición de los libros y revela, a su vez, el funcionamiento de Evar Méndez –“poeta de los libros mucho más que editor, puesto que se arruina gustoso por publicar libros exquisitamente, gastando en ello lo que no tiene”–<sup>13</sup> como editor:

Los Cuadernos del Plata me cuestan mucho trabajo. El editor, Evar Méndez, es, más que editor, un poeta de la bibliofilia, que no tiene bastante dinero y a quien, como hace sacrificios, dejo que publique lo que le plazca y que haga los libros a su gusto y no al mío. Los jóvenes autores carecen de cultura y, como toda la gente de esta zona del mundo, no tienen corazón. Nada es entrañable y cordial en ellos. Ni siquiera sé si podremos sacar el segundo número de *Libra*. En cambio, ellos están entusiasmados a continuar su escandaloso *Martín Fierro*.<sup>14</sup>

Aun así, se publican cinco títulos, que salen entre julio de 1929 y agosto de 1930: *Seis relatos*, de Ricardo Güiraldes; *Cuaderno San Martín*, de Jorge Luis Borges; *Papeles de Recienvenido*, de Macedonio Fernández; *El pez y la manzana*, de Ricardo E. Molinari y *Línea*, de Gilberto Owen.

Como antes se dijo, el último volumen de la editorial Proa es *Espantapájaros (al alcance de todos)*, de Oliverio Girondo en 1932, por el que Girondo realiza una publicidad desmesurada: pasear por las calles de Buenos Aires una carroza fúnebre,

12 Alfonso Reyes, “24 de julio de 1929”, *Diario* (1911-1930), Guanajuato, Universidad de Guanajuato, 1969. Citado en García (2010: 158).

13 Carta de Alfonso Reyes a José Ortega y Gasset, 10 de enero de 1930, en García (2010: 216).

14 Carta de Alfonso Reyes a Valery Larbaud, 4 de diciembre de 1929, en García (2010: 204).





tirada por seis caballos, con un enorme espantapájaros, con chistera, monóculo y pipa, alrededor del que revoloteaban unos cuervos. Vende 5000 ejemplares.

Entonces: el programa de la vanguardia argentina se propone una acción militante que recurre a la tecnología de las nuevas formas de comunicación de masas. El impacto tecnológico de las nuevas técnicas de impresión y difusión se lee tanto en las alabanzas que el periódico dedica a la nueva máquina de componer Intertype de último modelo que incorpora la casa Porter a su taller,<sup>15</sup> como en los poemas de dos martinfierristas, Raúl González Tuñón y Sixto Pondal Ríos, en homenaje a la nueva máquina de imprimir Hoe que inaugura *Crítica* en septiembre de 1927.<sup>16</sup> A su vez, los vanguardistas incorporan las nuevas prácticas de difusión cultural masiva: organizan recitales de poesía que se transmiten por radio en cuatro audiciones,<sup>17</sup> utilizan nuevas técnicas de impresión en editoriales propias que abaratan el precio de los libros, y cuyo objetivo es “llevar a la gran masa de público la obra de los martinfierristas, producción de índole popular, propaganda de ideas nuevas, páginas de humorismo, colecciones satíricas, selecciones poéticas, todo aquello que más caracteriza al periódico”.<sup>18</sup>

Me detengo en “la gran masa de público”. ¿De quién habla Martín Fierro cuando dice “gran masa de público”? Es en las páginas finales del periódico, en medio de los numerosos avisos publicitarios, donde mejor se define el perfil de público deseado: en avisos dirigidos a posibles anunciantes –y destinados a sostener económicamente al periódico– se describe a los lectores diciendo: “Martín Fierro circula y se dirige especialmente a un público elegido, capacitado por gusto y por medios para adquirir, y a artistas, técnicos, estudiosos y estudiantes”.<sup>19</sup> Lanzar al mercado volúmenes “de largo tiraje a reducido precio” destinados a “la gran masa de público” no implica, entonces, llegar a un sector de público (no elegido, ni capacitado por gusto o por medios) al que no llega el periódico, sino algo más ambicioso: crear un público amplio para la

15 “Progresos de Porter Hermanos”, *Martín Fierro*, n° 35, 5 de noviembre de 1926.

16 Raúl González Tuñón, “Poema a la Hoe”, *Crítica*, 2 de septiembre de 1927; Sixto Pondal Ríos, “Poema de la Intertype C-Sm n° 2”, *Crítica*, 13 de septiembre de 1927.

17 “Audiciones radiotelefónicas. Cuatro recitales de veinte poemas nuevos”, *Martín Fierro*, n° 17, 17 de mayo de 1925.

18 “Editoriales Proa y Martín Fierro”, *Martín Fierro*, n° 34, 5 de octubre de 1926.

19 “Publicidad racional”, *Martín Fierro*, n° 42, 10 de julio de 1927.



vanguardia argentina, crear a los lectores que los jóvenes escritores de vanguardia están reclamando.

Por eso, como afirma García Haymes, uno de los imperativos de la editorial Proa es cuidar la calidad material de los libros: no sólo para diferenciarse de las colecciones destinadas a los sectores populares sino, y sobre todo, por el público que los consumía. Este cuidado material por la edición de los libros es evidente en las cartas que Evar Méndez escribe a Reyes; en ellas, presta particular atención al diseño de cada ejemplar, a la búsqueda de las erratas, al modo de circulación de los libros: cada título tiene que publicarse distanciado del siguiente (para que cada uno concite la atención que merece), y cada título tiene que salir editado primero en la edición de lujo “para evitar que los tacaños no prefieran gastar 3 en lugar de 5 o 10, y perjudicar a los libreros”.<sup>20</sup> Cuidar la calidad del libro, entonces, y proteger también al autor buscando el éxito del libro en cuanto a ventas.

El escritor martinfierrista, dice Sarlo, siente a la vez la fascinación y la competencia del mercado: “lo rechaza como espacio de consagración pero, secretamente, espera su juicio” (Sarlo 1983: 149). No obstante, creo que si bien *Martín Fierro* rechaza al mercado como espacio de consagración, espera el juicio, y no secretamente, de los lectores que la misma vanguardia, junto con el incipiente mercado editorial argentino, están construyendo como interlocutores. Por eso, el periódico publicita, de manera creciente, la edición de libros, la creación de nuevas colecciones, las traducciones de libros nacionales; por eso, también, dedica notas especiales al “incremento del libro argentino”, el “movimiento de librería” y las entrevistas a libreros, editores y directores de colección.<sup>21</sup> Más que competir con las ediciones de Boedo, como usualmente se sostiene, creo que el proyecto de Evar Méndez se inscribe en la tradición abierta por la edición “culta” de libros en forma masiva, como fue, por ejemplo, la Biblioteca Argentina, de Ricardo Rojas, sin el subsidio estatal, es cierto, pero buscando incidir,

---

20 Carta de Evar Méndez a Alfonso Reyes, en García (2010: 191).

21 Véase: “Gran incremento del libro argentino. Ediciones de la Librería La Facultad”, *Martín Fierro*, n° 39, marzo de 1927; “El Dr. Piantanida” (donde se anuncia la exposición del libro italiano y la creación de la Editorial Italo-Americana, de Mondadori) y “Con el Sr. Domingo Viau” (dueño de la librería “El Bibliófilo”), *Martín Fierro*, n° 40, 20 de abril de 1927; “Movimiento de librería” (sobre la Agencia General de Librería), *Martín Fierro*, n° 41, 28 de mayo de 1927; “Libros de lujo” (sobre la importación de libros europeos), *Martín Fierro*, n° 42, 10 de julio de 1927; “Primera Exposición del libro italiano”, *Martín Fierro*, n° 43, 15 de agosto de 1927; “La Editorial Alpes”, *Martín Fierro*, n° 44-45, 31 de agosto-15 de noviembre de 1927.





aunque de otra manera, en la formación de una literatura y una lengua nacionales, como expone programáticamente el manifiesto donde se afirma que la ruptura estética no le impide a Martín Fierro “poseer –como las mejores familias– un álbum de retratos, que hojear, de vez en cuando, para descubrirse a través de un antepasado... o reírse de su cuello y de su corbata”; y que sin bien “todas las mañanas nos servimos de un dentífrico sueco, de unas toallas de Francia y de un jabón inglés”, Martín Fierro “tiene fe en nuestra fonética, en nuestra visión, en nuestros modales, en nuestro oído, en nuestra capacidad digestiva y de asimilación”.<sup>22</sup>

Entonces: refregarse los ojos a cada instante “para arrancar las telarañas que tejen de continuo el hábito y la costumbre” pero, al mismo tiempo, reconocerse en la tradición y sostener la fe “en nuestra fonética”. Lejos estamos, como se ve, del dadá de los dadaístas: el programa de *Martín Fierro* es también la afirmación de la tradición argentina y de la lengua nacional. Es en *Martín Fierro*, por ejemplo, donde se saluda a Proa y se auguran grandes perspectivas al grupo por “su adentramiento en la tradición y que sus nombres los enraizan en familias netamente argentinas”.<sup>23</sup> Es este mismo *Martín Fierro* al que los martinfierristas que escriben en el diario *Crítica* caracterizan como “la representación más simpática del movimiento juvenil”, que “entraña una cruzada esencialmente nacionalista” y que, por lo tanto, “dista mucho de ser nacionalista la obra que construyen los jóvenes de Boedo. Discípulos directos de Emilio Zola, escriben sugestionados por los grandes escritores rusos”.<sup>24</sup>

Todo un programa, entonces, para la literatura nacional que se cierra, no con el periódico *Martín Fierro*, en 1927, sino a comienzos de los años treinta. En 1932, y con *Espantapájaros*, se llega al final de una época, iniciada diez años antes con el primer libro de Gironde, *Veinte poemas para ser leídos en el tranvía*. Greco sostiene que varias cosas concluyen con *Espantapájaros*: la editorial Proa, la participación activa de Evar Méndez en el campo literario y el primer movimiento argentino de vanguardia. También en esos comienzos de la década del treinta, Jacobo Samet se retira de la actividad editorial, después de haber estado muy ligado a la vanguardia por haber sido el editor de la revista *Proa* (entre diciembre de 1924 y mayo de 1925) y de algunos de sus poetas

22 “Manifiesto de *Martín Fierro*”, *Martín Fierro*, n° 4, 15 de mayo de 1924.

23 “La nueva revista *Proa*”, *Martín Fierro*, n° 8-9, agosto-septiembre de 1924.

24 “El movimiento renovador de la nueva juventud argentina”, *Crítica*, 6 de junio de 1925.



(por ejemplo, *Prisma*, de Eduardo González Lanuza y *Las horas alucinadas*, de Evar Méndez). Y Manuel Gleizer, el gran editor de la vanguardia argentina, en cuyo taller se imprimió la colección completa de *Martín Fierro*, muda su librería a una casa sin acceso a la calle, lo que marca el ocaso de su editorial.<sup>25</sup> Diferente será entonces el marco en el cual otras modulaciones de la vanguardia y de la edición de libros argentinos comenzarán, pocos años después, con la Editorial Sur, de Victoria Ocampo.

## Bibliografía

- Candiano, Leonardo y Lucas Peralta (2007). *Boedo: orígenes de una literatura militante*, Buenos Aires, Ediciones del Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini.
- Degiovanni, Fernando (2007). *Los textos de la patria. Nacionalismo, políticas culturales y canon en la Argentina*, Rosario, Beatriz Viterbo.
- García, Carlos (2010). *Discreta efusión. Jorge Luis Borges y Alfonso Reyes. Epistolario*, Madrid/Frankfurt, Iberoamericana.
- García Costa, Víctor (2005). “El último romántico de los editores: Manuel Gleizer”. *ead / elarcadigital. Publicación semanal de la Caja de Ahorro y Seguro S.A.*, n° 94, ene.
- García Haymes, Mateo (2011). “Una vanguardia conservadora. La revista *Martín Fierro* ante la emergencia de las industrias culturales”. *Letras Históricas*, n° 4, ene.-jun.
- Gilman, Claudia (1989). “Polémicas II”. Graciela Montaldo (dir.), *Yrigoyen, entre Borges y Arlt (1916-1930)*, tomo VII, *Historia social de la literatura argentina*, Buenos Aires, Contrapunto.
- Mangone, Carlos y Jorge Warley (1994). *El manifiesto. Un género entre el arte y la política*, Buenos Aires, Biblos.
- Méndez, Evar (1924). “Rubén Darío, poeta plebeyo”. *Martín Fierro*, n° 1, feb.

---

25 Dice Víctor García Costa: “En 1932 Manuel Gleizer se mudó de su local de la calle Triunvirato a otro en la avenida Santa Fe y, tres años más tarde, a una casa de la calle Berutti 3476, sin acceso directo desde la calle, donde se inicia el ocaso de la librería. Durante algunos años sobrevivió con la compra de los saldos de ediciones de autores argentinos y su provisión a la Comisión Protectora de Bibliotecas Populares” (García Costa 2005).



- \_\_\_\_\_ (1926). “Los nuevos valores literarios argentinos”. *El País*, 30 abr., 2 y 3 may.
- \_\_\_\_\_ (1945). “La generación de poetas del periódico *Martín Fierro*”. *Contrapunto*, n° 5, ago.
- Merbilháa, Margarita (2006). “La época de organización del espacio editorial”. José Luis de Diego (dir.). *Editores y políticas editoriales en Argentina, 1880-2000*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Montaldo, Graciela (1989). “Literatura de izquierda: humanitarismo y literatura”. *Yrigoyen, entre Borges y Arlt*, Buenos Aires, Contrapunto.
- Pierini, Margarita (coord.) (2004). *La Novela Semanal (Buenos Aires, 1917-1927)*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Poggioli, Renato (1964). *Teoría del arte de vanguardia*, Madrid, Revista de Occidente. Traducción de Rosa Chacel.
- Sarlo, Beatriz (1983). “Vanguardia y criollismo: la aventura de *Martín Fierro*”. Carlos Altamirano y Beatriz Sarlo, *Ensayos argentinos*, Buenos Aires, CEAL.
- \_\_\_\_\_ (1985). *El imperio de los sentimientos*, Buenos Aires, Catálogos.
- \_\_\_\_\_ (1988). *Una modernidad periférica*, Buenos Aires, Nueva Visión.
- Willson, Patricia (2004). “El proyecto de una elite: La Biblioteca de *La Nación*”. *La constelación del sur*, Buenos Aires, Siglo XXI.